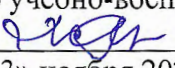
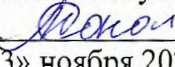


Приложение №1 к приказу  
О дополнительной общеразвивающей программе  
"SMM"  
№ 01-06-1069 от "13" ноября 2023 г.


Министерство образования и молодежной политики Свердловской области  
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Свердловской области  
**«Уральский государственный колледж им. И.И. Ползунова»**  
(ГАПОУ СО "УГК им. И.И. Ползунова")


СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора  
по учебно-воспитательной работе:  
 Ю.И. Хмелинина  
«13» ноября 2023г.

Начальник культурно-досугового отдела:  
 Т.А. Соколова  
«13» ноября 2023г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор ГАПОУ СО «УГК им. И.И.  
Ползунова»:  
 А.Н. Козлов/  
«13» ноября 2023 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА**  
**в области медиа**  
**«SMM»**

уровень сложности программы - начальный  
срок реализации программы – 10 месяцев  
возрастная категория - 14-20 лет

Автор-составитель:  
Дементьева Анастасия Андреевна  
Педагог-организатор

Екатеринбург, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ
3. СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ СИСТЕМУ ОЦЕНИВАНИЯ
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И УЧЕБНЫЕ ФОРМАТЫ
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеразвивающая программа разработана на основании:

- ФЗ Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ;
- приказа Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. №196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- приказа от 26.06.2019 № 70-Д «Об утверждении методических рекомендаций «Правила персонифицированного финансирования дополнительного образования детей в Свердловской области».

### **Актуальность программы:**

Актуальность программы связана с возрастанием популярности социальных сетей, которые становятся эффективным инструментом в PR деятельности. Социальные сети стали неотъемлемой частью современного общества. Сегодня практически у каждого интернет-пользователя есть личная страница, с помощью которой можно найти старых знакомых, новых друзей, получить возможность дополнительного заработка, а также узнать интересующую информацию.

Обучение SMM строится на умении коммуницировать, грамотно выстраивать письменную речь, развивать креативное и критическое мышление, ориентироваться в информационном потоке современного общества, выстраивать композицию.

### **Отличительные особенности программы:**

Программа по учебному предмету «SMM» разработана в соответствии с федеральными государственными требованиями к минимуму содержания, структуре и условиям реализации дополнительной общеразвивающей программы в области медиа. Учебный предмет «SMM» является основным в комплексе предметов области медиа, использует и координирует все практические навыки, приобретаемые учащимися в процессе освоения уроков; включает в работу и эстетический, и интеллектуальный аппарат учащегося.

Адресатом дополнительной общеразвивающей программы «SMM» является возрастная категория обучающихся: с 14 до 20 лет, обучающиеся без ОВЗ; медицинская справка не требуется.

### **Объем и срок освоения программы 10 месяцев**

Общее количество учебных часов, запланированных на весь период обучения **188 ч.**

### **Форма обучения очная.**

### **Особенности организации образовательного процесса:**

Набор обучающихся в объединение – свободный. Программа

предусматривает применение дистанционных образовательных технологий, электронного обучения, технологии наставничества. Рекомендованное количество студентов от и до, например 9-18 человек.

**Режим занятий, периодичность и продолжительность занятий:**

Продолжительность занятий исчисляется в академических часах – 45 минут, между занятиями установлены 10-минутные перемены. Недельная нагрузка на одну группу: 6 часов. Занятия проводятся 2 раз в неделю.

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

### Цели программы:

1. Выявление одаренных студентов в области SMM.
2. Изучение особенностей продвижения медийного продукта в социальных сетях.
3. Художественно-эстетическое развитие личности студента на основе приобретенных им в процессе освоения программы знаний, умений и навыков.

### Задачи программы:

1. Развить способности к продуктивной индивидуальной и коллективной деятельности.
2. Способствовать формированию у студентов устойчивого интереса к SMM.
3. Способствовать формированию у студентов духовно-нравственной позиции.
4. Познакомить с современными инструментами продвижения в интернете.
5. Дать знания об особенностях SMM-продвижения.
6. Развивать личностные и творческие способности.
7. Научить в области SMM:
  - разрабатывать контент-план;
  - владеть навыками письменной речи;
  - снимать и монтировать видео;
  - разрабатывать дизайнерские проекты (афиши, постеры, обложки, шаблоны и т.д.);
8. Дать основные теоретические понятия:
  - о формуле AIDA (A— Attention, I— Interest, D— Desire, A— Action) и форме её написания;
  - о понятии СТА (Call To Action);
  - о понятии SMM (Social Media Marketing);
  - о метриках эффективности;
9. Развивать в процессе работы:
  - творческую фантазию и воображение;
  - внимание и память;
  - ассоциативное и образное мышление;
  - способность анализировать потоки информации и формулировать свои мысли;

10. Развивать в процессе работы:

- партнерские отношения в группе, взаимное уважение, взаимопонимание;
- самодисциплину, умение организовать себя и свое время;
- чувство ответственности;
- коммуникабельность;
- трудолюбие;
- активность.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ

#### Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Общее количес т во часов	В том числе		Формы контроля
			Теория	Практика	
	<b>РАЗДЕЛ 1. Основы SMM</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	
	1.1. Основные стратегии продвижения в SMM	6	6	0	Практическая работа
	<b>РАЗДЕЛ 2. Социальные сети</b>	<b>27</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	
	2.1. Виды и классификация	6	3	3	Практическая работа
	2.2. Инструменты продвижения	9	3	6	Практическая работа
	2.3. Личный бренд	9	6	3	Практическая работа
	2.4. Целевая аудитория	3	0	3	Практическая работа
	<b>РАЗДЕЛ 3. Копирайтинг</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	
	3.1. Пост	6	3	3	Практическая работа
	3.2. Статья	6	3	3	Практическая работа
	3.3. Интервью	6	3	3	Практическая работа
	<b>РАЗДЕЛ 4. Дизайн</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	
	4.1. Основы формообразования в дизайне	6	3	3	Практическая работа
	4.2. Цвет и шрифт в композиции.	6	3	3	Практическая работа
	4.3. Взаимное сочетание объемов в композиции	6	3	3	Практическая работа
	4.4. Графический дизайн и реклама	6	3	3	Практическая работа
	<b>РАЗДЕЛ 5. Фото</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	

5.1. Цветоведение	9	3	6	Практическая работа
5.2. Композиция	9	3	6	Практическая работа
5.3. Освещение	9	3	6	Практическая работа
5.4. Обработка фотографий	9	3	6	Практическая работа
<b>РАЗДЕЛ 6. Видео</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	
6.1. Короткие вертикальные видео	6	3	3	Практическая работа
6.2. Короткие горизонтальные видео	6	3	3	Практическая работа
6.3. Сторисмейкинг	6	3	3	Практическая работа
6.4. Инструменты монтажа	6	3	3	Практическая работа
<b>РАЗДЕЛ 7. Контент</b>	<b>53</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	
3.1. Контент-план	12	0	12	Практическая работа
3.2. Копирайтинг	15	0	15	Практическая работа
3.3. Дизайн	12	0	12	Практическая работа
3.4. Фото	5	0	5	Практическая работа
3.5. Видео	9	0	9	Практическая работа
<b>Всего:</b>	<b>188 часов</b>			



#### **4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

К концу освоения дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «SMM» учащиеся приобретают комплекс взаимосвязанных **знаний, умений и навыков.**

**В результате обучающийся должен знать:**

- основные формы и специфику контента социальной сети;
- функционал и инструментарий социальных сетей;
- специфику целевой аудитории социальной сети;
- принципы продвижения социальной аккаунта в социальной сети (PR);
- правовые нормы по теме обучения;
- основы безопасного использования социальной сети.

**Уметь:**

- находить информационные поводы;
- создавать различный контент для социальной сети;
- создавать, вести и продвигать страницы, группы, аккаунты;
- пользоваться смартфоном для полной подготовки материалов smm;
- аргументировать собственную точку зрения, вести диалог или полемику;
- руководствоваться правовыми нормами.

**Владеть устойчивыми навыками:**

- поиска информации в глобальной сети Интернет;
- создания и продвижения аккаунта в социальной сети;
- создания материалов в социальных сетях;
- использования программных средств и работы в компьютерных сетях;
- инструментарием работы smm-менеджера;
- правовой культурой.

## **5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

- успешное освоение учебного материала;
- участие в освещении внутренних мероприятий;
- активное участие в ведении контента;
- наличие творческой инициативы и самодисциплины.

Контроль освоения воспитанниками студии образовательной программы, анализ их успеха в том или ином виде творческой деятельности происходит непрерывно в течении всего учебного года на учебных занятиях в студиях, так же на внутренних, традиционных мероприятиях колледжа, которые проводятся в течении всего учебного года.

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И УЧЕБНЫЕ ФОРМАТЫ**

Педагогическая деятельность осуществляется лицами, имеющими среднее профессиональное или высшее образование и отвечающим квалификационным требованиям, или профессиональным стандартам.

### **Методы обучения:**

- словесный (устное изложение, беседа, рассказ, лекция и т.д.)
- наглядный (наблюдение, показ (выполнение) педагогом, работа по образцу и др.)
- практический (выполнение работ по инструкционным картам, схемам и др.)
- репродуктивный – учащиеся воспроизводят полученные знания и освоенные способы деятельности,
- частично-поисковый – участие в коллективном поиске, решение поставленной задачи совместно с педагогом,
- исследовательский – самостоятельная творческая работа учащихся.

### **Педагогические технологии:**

- технология группового обучения,
- технология коллективной творческой деятельности,
- здоровьесберегающая технология.

### **Форма и режим образовательного процесса:**

групповая с организацией индивидуальных форм работы внутри группы, подгрупповая, индивидуальная.

### **Формы организации занятий:**

- беседа,
- практическое занятие

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- светлое, просторное помещение;
- наличие аппаратуры (компьютер, телефоны, камера, микрофон);
- стулья для воспитанников;

### **Информационное обеспечение:**

- использование интернет-ресурса;

### **Кадровое обеспечение:**

- Кадровые: программа рассчитана на преподавателя, владеющего знаниями по педагогике, психологии и методикой проведения занятий.

## 8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 101 с. : ил.

- Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>

2. Музыкант, В.Л. Управление брэнд-коммуникациями : монография / В.Л.

Музыкант ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). -

2-е изд., доп. и перераб. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 380 с. : ил., табл. -

Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9125-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>

3. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное

пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Москва ; Вологда : ИнфраИнженерия, 2018. - 248 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0202-6 ; То же

[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Крохина, О. И. Первая книга SEO-копирайтера : Как написать текст для поисковых

машин и пользователей / Крохина О. И. - Москва : Инфра-Инженерия, 2012. - 216 с. - Книга

находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-9729-0047-3

2. Хохлов, П.В. Информационные технологии в медиаиндустрии. Трёхмерное

моделирование, текстурирование и анимация в среде 3DS MAX Электронный ресурс : учебное

пособие / Е.М. Погребняк / В.Н. Хохлова / П.В. Хохлов. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 293 с. - Книга находится

в базовой версии ЭБС IPRbooks.

3. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). -

Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «SMM- и SEO-технологии в рекламе». – Ставрополь, 2020.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «SMM- и SEO-технологии в рекламе». – Ставрополь, 2020.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научнопопулярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.looksmart.com> – справочная система Looksmart.

9. <http://galaxy.einet.net> – справочная система Galaxy.
10. <http://www.stars.com> – отечественная система «Созвездие Интернет».
11. <http://www.piter-press.ru/ур> – «Желтые страницы» российского Интернет.
12. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
13. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
14. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.